

SKRIPSI

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, ADOPSI E-COMMERCE,
DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA UMKM DI JAKARTA
BARAT**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH

**NAMA : SHERINA NATASHA
NIM : 115210103**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA S1**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2024**

SKRIPSI

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, ADOPSI E-COMMERCE,
DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA UMKM DI JAKARTA
BARAT**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH

**NAMA : SHERINA NATASHA
NIM : 115210103**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA S1**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2024**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Sherina Natasha
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210103
Program Studi : Manajemen Bisnis



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 20 November2024



Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Sherina Natasha
NIM : 115210103
PROGRAM/ JURUSAN : S1/ MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
ADOPSI E COMMERCE DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA
UMKM DI JAKARTA BARAT

Jakarta, 20 November 2022

Pembimbing,



(Andi Wijaya, S.E., M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

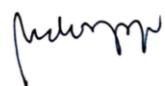
NAMA : Sherina Natasha
NIM : 115210103
PROGRAM/ JURUSAN : S1/ MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
ADOPSI E COMMERCE DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA
UMKM DI JAKARTA BARAT

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 13 Desember 2024 dan
dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : RONNIE RESDIANTO MASMAN, S.E., M.A.,
M.M.
2. Anggota Penguji : - ANDI WIJAYA, S.E., M.M.
- RODIAH DRA., M

Jakarta, 7 Januari 2025

Pembimbing,



(Andi Wijaya, S.E., M.M.)

ABSTRACT

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

AKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JAKARTA

(A) SHERINA NATASHA (115210103)

(B) PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN ADOPSI E

COMMERCE DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA

UMKM DI JAKARTA BARAT

(C) XVI + 60 pages, 22 tables ; 8 pictures ; 10 attachments

(D) *ENTREPRENEURSHIP MANAGEMENT*

(E) Abstract:

This research aims to analyse the influence of entrepreneurial orientation, e-commerce adoption, and product innovation on the performance of MSMEs in Jakarta. This research uses quantitative methods with 110 umkm respondents who have passed as samples. The sample selection technique in this study uses non-probability sampling with convenience sampling method. The data analysis technique used is Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) to analyse the relationship between these variables through outer and inner models that have met the requirements. The results showed that entrepreneurial orientation has a positive and significant effect on umkm performance, *e commerce* adoption has a positive and significant effect on umkm performance, product innovation has a positive and significant effect on umkm performance.

(F) Keyword: Entrepreneurial Orientation, *E commerce* Adoption, product innovation.

(G) REFERENCE

(H) Andi Wijaya, S.E., M.M.

ABSTRACT

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

AKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JAKARTA

(A) SHERINA NATASHA (115210103)

(B) PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN ADOPSI E

COMMERCE DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA

UMKM DI JAKARTA BARAT

(C) Xvi + 60 halaman , 22 tabel ; 8 gambar ; 10 lampiran

(D) MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN

(E) Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan, adopsi e-commerce, dan inovasi produk terhadap kinerja UMKMA di jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan 110 responden umkm yang telah lulus sebagai sampel. Adapun teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan non-probability sampling dengan metode convenience sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) untuk menganalisis keterkaitan antara variabel-variabel tersebut melalui outer model dan inner model yang telah memenuhi persyaratan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja umkm, adopsi *e commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja umkm, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja umkm.

(F) Kata Kunci: Orientasi Kewirausahaan, Adopsi *E commerce*, Inovasi produk

(G) Daftar Pustaka

(H) Andi Wijaya, S.E., M.M.

HALAMAN MOTTO

"Live as if you will die tomorrow. Learn as if you will live forever."

-Mahatma Gandhi

HALAMAN PERSEMPAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk :
kedua orang tua dan adik saya tercinta
seluruh sahabat seperjuangan dari awal masuk

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik guna memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari beberapa kesulitan untuk menyelesaiakannya. Dengan adanya panduan penulisan skripsi, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya dalam penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Andi Wijaya S.E., M.M yang telah bersedia memberikan waktu, motivasi, tenaga, serta pengarahan yang sangat berguna dan membantu penulis dalam penulisan dalam skripsi ini.
2. Bapak Prof Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E, MM., M.B.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah bersedia memberikan waktu dan pengarahan yang membantu dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Dr Franky Slamet, S.E., M.M selaku Kepala Program Studi Sarjana Manajemen.
4. Seluruh dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah memberikan ilmu dan membantu membimbing penulis selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
5. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

6. Seluruh keluarga tercinta khususnya orang tua yang telah memberikan dukungan, doa, dan saran kepada selama pembuatan skripsi ini.
7. Sharyn, Farren, Bertha, Virni, Joanne, Ellison Bradley Tania dan teman-teman fikom yang telah membantu banyak hal dan memberi semangat dalam menjalani perkuliahan ini.
8. Angellica, Putri, Viviyani sebagai sahabat yang telah memberikan dukungan.
9. Responden yang telah bersedia mengisi data kuisioner yang diberikan peneliti yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis, yang telah membantu penulis dari awal perkuliahan hingga selesaiya proses penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna baik isi, tata bahasa, maupun dari segi penyusunan dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 20 November 2024



Sherina Natasha

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	iii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
<i>ABSTRACT</i>.....	vi
ABSTRAK	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Indetifikasi Masalah.....	4
3. Batasan Masalah	4
4. Rumusan Masalah.....	5
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1. Tujuan Penelitian	5
2. Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
A. Gambaran Umum Teori	7
B. Definisi Konseptual Variabel	8

C. Kaitan Antara Variabel-Variabel	11
D. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	13
BAB III METODELOGI PENELITIAN	15
A. Desain Penelitian	15
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel.....	16
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen.....	16
D. Analisis Validitas dan Instrumen	18
E. Analisis Data.....	23
F. Asumsi Analisis Data.....	25
BAB IV HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	26
A. Deskripsi Subjek Penelitian	26
B. Deskripsi Objek Penelitian	29
C. Hasil Uji Asumsi Analisis Data	32
D. Hasil Analisis Data.....	32
E. Pembahasan	28
BAB V PENUTUP.....	40
A. Kesimpulan	40
B. Keterbatasan dan Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	48

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel Orientasi Kewirausahaan	17
Tabel 3.2 Tabel Operasional Variabel Adopsi <i>e-commerce</i>	17
Tabel 3.3 Tabel Operasional Variabel Inovasi Produk	18
Tabel 3.4 Tabel Operasional Variabel Kinerja UMKM	18
Tabel 3.5 Hasil Analisis Validitas - <i>Loading Factor</i>	19
Tabel 3.6 Hasil Analisis Validitas - <i>Loading Factor Final</i>	19
Tabel 3.7 Hasil Analisis Validitas Konvergen - <i>Average Variance Extracted</i>	20
Tabel 3.8 Hasil Analisis Validitas Diskriminan - <i>Cross Loading</i>	21
Tabel 3.9 Hasil Analisis Validitas Diskriminan – <i>Fornell Larcker</i>	21
Tabel 3.10 Hasil Analisis Reliabilitas	22
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Terhadap Orientasi Kewirausahaan	29
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Adopsi <i>E-Commerce</i>	30
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Inovasi Produk	31
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Kinerja UMKM.....	31
Tabel 4.5 Hasil Analisis Multikolinearitas.....	32
Tabel 4.6 Hasil Analisis <i>R-Square</i>	32
Tabel 4.7 Hasil Analisis <i>f-square</i>	33
Tabel 4.8 Hasil Analisis <i>Predictive Relevance</i>	33
Tabel 4.9 Hasil Analisis <i>Goodness of Fit</i>	33
Tabel 4.10 Hasil Analisis <i>Path Coefficient</i>	34
Tabel 4.11 Hasil Uji Signifikansi	36
Tabel 4.12 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat penggunaan <i>e-commerce</i> di Indonesia Tahun 2017-2024.....	3
Gambar 2.1 Model Penelitian	14
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	26
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	27
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha Berdiri	28
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Bulanan.....	29
Gambar 4.5 Hasil Uji PLS-SEM <i>algorithm</i>	34
Gambar 4.6 Hasil Uji <i>bootstrapping</i>	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner	48
Lampiran 2: Hasil Kuesioner	52
Lampiran 3: Hasil Uji Validitas Konvergen	55
Lampiran 4: Hasil Uji Validitas Diskriminan	56
Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas	56
Lampiran 6: Hasil Uji Multikolinearitas (VIF)	57
Lampiran 7: Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	57
Lampiran 8: Hasil Uji <i>Effect Size</i> (f^2)	57
Lampiran 9: Hasil Uji <i>Predictiver Relevance</i> (Q^2)	58
Lampiran 10: Hasil Uji Hipotesis	58

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Dalam era revolusi industri 4.0 saat ini terdapat tantangan dan tekanan bagi perusahaan besar dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) untuk memiliki kapabilitas dinamik dan strategi yang mampu menangkap peluang dan memperbarui pasar. Sebagai sebuah organisasi bisnis yang bersifat mandiri, UMKM mempunyai peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara. Disamping itu, UMKM mempunyai kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja (Prasetyo & Wijaya, 2019).

Keberadaan usaha mikro, kecil dan menengah memang memberikan kontribusi yang cukup besar dalam berbagai aspek. Akan tetapi, kegiatan usaha yang dilakukan UMKM ini bukan berarti tanpa kendala. Menurut Nursolih, (2022), Produk yang dihasilkan UMKM sering kali masih kalah bersaing dengan produk yang dihasilkan oleh usaha besar, baik dari segi inovasi produk, kualitas produk, maupun distribusi produk. Persaingan antara sesama pelaku UMKM dan persaingan dengan usaha besar seringkali menjadi hambatan bagi UMKM untuk mengembangkan dan memperluas usahanya. Bahkan, persaingan usaha yang semakin kompetitif tidak jarang menjadi salah satu pemicu bangkrutnya usaha berskala kecil ini.

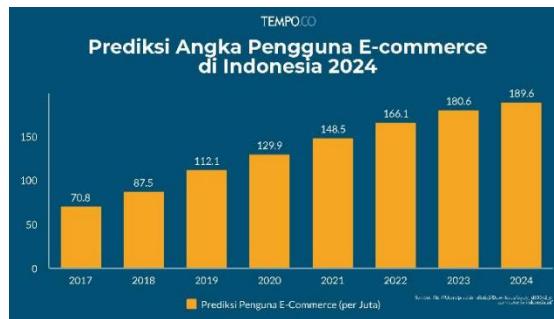
Menurut Kuncoro (dalam Widiatmo & Retnawati, 2019), UMKM di Indonesia secara kualitas sulit untuk dapat berkembang karena menghadapi beberapa masalah internal, diantaranya adalah rendahnya kualitas sumber daya manusia seperti kurang terampilnya sumber daya manusia, kurangnya penerapan orientasi kewirausahaan, rendahnya tingkat penguasaan teknologi serta minimnya informasi. Untuk dapat bertahan dan memiliki keunggulan bersaing, pelaku UMKM tidak hanya berfokus pada kualitas produk saja tetapi juga dituntut harus dapat menerapkan orientasi kewirausahaan dan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki dengan sebaik-baiknya.

Perusahaan atau pelaku usaha yang memiliki orientasi kewirausahaan bisa memiliki keunggulan pasar lebih baik bila dibandingkan dengan kompetitor lain.

Orientasi kewirausahaan adalah kemampuan perusahaan mempunyai ide yang kreatif dan memanfaatkan sumber daya sebagai kekuatan internal perusahaan dalam menciptakan inovasi untuk meraih peluang. Perusahaan yang memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat akan memiliki kemampuan inovasi lebih kuat dibandingkan perusahaan lain, karena bisnis dengan entrepreneurial orientation yang kuat akan berfokus untuk mendapatkan kinerja yang unggul dengan membangun strategi penciptaan nilai yang tidak dapat ditiru oleh pesaing lain sehingga perusahaan tersebut memiliki keunggulan kompetitif dan secara kreatif mengungguli pesaingnya (Hindarwati *et al.*, 2021).

Pada lingkungan yang dinamis seperti saat ini, orientasi kewirausahaan jelas merupakan hal yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan untuk masa depan dengan pertumbuhan yang stabil dari tahun ke tahun dan mampu menghadapi pesaing baru. Hal itu dikarenakan perusahaan yang berorientasi kewirausahaan cenderung mendorong karyawannya untuk membuat keputusan secara mandiri, memperkenalkan inovasi baru secara aktif, menanggung risiko yang diperhitungkan, bertindak proaktif, dan menunjukkan tingkat agresivitas dalam persaingan dengan pesaing. Pengusaha yang memiliki karakteristik orientasi kewirausahaan yang tinggi ditandai dengan adanya kemauan yang keras, keberanian mengambil resiko, dan juga memiliki kreativitas dalam menjalankan bisnisnya sehingga akan mempengaruhi keberhasilan dalam meningkatkan kinerja perusahaan (Hasbi *et al.*, 2021).

Teknologi informasi yang semakin berkembang setiap tahunnya membantu pertumbuhan ekonomi negara, salah satunya melalui UMKM (Sugiarto, 2021). Dijelaskan dalam beberapa literatur, bahwa UMKM memang membutuhkan peran teknologi informasi untuk peningkatan kinerja dan produktivitas, serta agar dapat bertahan dalam model bisnis yang baru sehingga dapat bersaing dengan lainnya (Papadopoulos, dkk., 2020 & Rahayu and Day, 2015). Oleh karena itu, UMKM melakukan perubahan dan inovasi untuk mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan *e-commerce* (Ningtyas & Sunarko, 2015).



Gambar 1.1 Tingkat penggunaan *e-commerce* di Indonesia Tahun 2017-2024.

Berdasarkan data di atas, penggunaan *e-commerce* dari tahun ke tahun semakin meningkat dikarenakan adanya perkembangan teknologi dan diikuti dengan pandemi di tahun 2020. Prediksinya, pertumbuhan masih akan terus terjadi dalam beberapa tahun ke depan. Karyati (2019) mengatakan bahwa, *e-commerce* merupakan sistem untuk menjual, membeli, dan memasarkan produk secara online, dimana masyarakat dapat melakukan transaksi walaupun konsumen dan penjual tidak bertemu secara langsung. Sehingga pemanfaatan *e-commerce* ini dapat meningkatkan pendapatan, kinerja dan efisiensi perusahaan (Kotler & Armstrong, 2018).

Inovasi produk secara konvensional dapat diartikan sebagai suatu terobosan baru yang berkaitan dengan produk-produk yang dihasilkan perusahaan. Inovasi dianggap sebagai mekanisme yang dilakukan organisasi atau perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan pasar yang sangat dinamis. Oleh sebab itu, perusahaan sangat dituntut untuk mampu membuat sebuah gagasan dan pemikiran baru dalam menciptakan produk inovatif yang mereka tawarkan sebagai peningkatan pelayanan yang diberikan kepada konsumen (Taufiq *et al*, 2020).

Pengadopsian *e-commerce* membutuhkan pengetahuan atau pemahaman tentang persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kesiapan organisasi dan lingkungan eksternal. Maka dari itu, salah satu penyebab lemahnya pengadopsian *e-commerce* adalah minimnya persepsi manfaat pada pelaku UMKM, dimana faktor usia dengan kategori usia lanjut dan pendidikan rata-

rata membuat para pelaku UMKM tidak begitu tertarik dengan penggunaan e-commerce dan dirasa cukup rumit sehingga berdampak pada ketidaktinginan mereka untuk mengetahui manfaat dari *e-commerce* (Abdillah *et al.*, 2019).

Tingginya persepsi manfaat yang dimiliki pelaku UMKM mampu mempengaruhinya dalam pengadopsian *e-commerce*. Selain lemahnya pemahaman atas *e-commerce*, kesiapan finansial dan penggunaan teknologi juga menjadi penghalang para pelaku UMKM untuk dapat mengadopsi *e-commerce* (Jauhari Arman, 2022). Sedangkan peran UMKM yang paling penting adalah dalam permodalan, dimana UMKM harus mempersiapkan teknologinya terlebih dahulu, seperti smartphone yang digunakan untuk penggunaan *e-commerce* agar mendapatkan kemudahan dan manfaat dalam penggunaannya (Utami, 2020). Dan tidak adanya dukungan dari lingkungan bahkan kurangnya informasi mengenai sosialisasi penggunaan *e-commerce* dari pemerintah sekitar, membuat para UMKM belum mengadopsi *e-commerce* (Utami, 2020). Dengan adanya dorongan dari pesaing, konsumen, pemerintah dan perkembangan zaman membantu para pelaku UMKM untuk mengadopsi *e-commerce* (Pangesti & Adyaksana, 2021).

2. Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang penelitian, maka identifikasi masalah dari penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Kurang mengambil risiko untuk melakukan inovasi.
- b. Meningkatnya jumlah UMKM sehingga menyebabkan pesaingan ketat.
- c. Kurangnya biaya untuk mengelola *e-commerce*.
- d. Para UMKM lebih fokus pada kegiatan produksi daripada pengembangan produk baru.
- e. kurangnya kemampuan untuk beradaptasi perubahan lingkungan bisnis yang dinamis.

3. Batasan Masalah

- a. Objek pada penelitian yang digunakan terbatas kepada pemilik UMKM di wilayah Jakarta Barat
- b. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah orientasi kewirausahaan, adopsi *e-commerce*, dan inovasi produk sebagai variable independent. Selain itu, kinerja UMKM sebagai variable dependen. Dalam mengukur kinerja UMKM di Jakarta Barat. Pada penelitian ini peneliti berharap agar para pelaku UMKM di Jakarta Barat dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan yang mewakili indikator setiap variable dan telah dituangkan ke dalam bentuk kuesioner sebagai pengukur variabel dependen dalam penelitian ini.

4. Rumusan Masalah

- a. Apakah terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM di Jakarta Barat?
- b. Apakah terdapat pengaruh adopsi *e-commerce* terhadap kinerja UMKM di Jakarta Barat?
- c. Apakah terdapat pengaruh inovasi produk terhadap kinerja UMKM di Jakarta Barat?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM di Jakarta Barat.
- b. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh adopsi *e-commerce* terhadap kinerja UMKM di Jakarta Barat.
- c. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh inovasi produk terhadap kinerja UMKM di Jakarta Barat.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoritis

Sebagai referensi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya mengenai pengaruh orientasi kewirausahaan , adopsi *e-commerce* dan inovasi produk terhadap kinerja ukm di Jakarta.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat menyajikan keterangan dan masukan untuk pelaku usaha dan pihak yang berkaitan mengenai pentingnya berinovasi pada produk dan menerapkan teknologi informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M., Primasari, D., & Widianingsih, R. (2019). Pengaruh strategi bisnis, kemampuan manajerial dan pengetahuan akuntansi pelaku UMKM terhadap kinerja umkm bidang kuliner di Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Optimum*, 9(2), 145-157.
- Adrian, E., & Wijaya, A. (2021). Pengaruh Orientasi Dan Edukasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Finansial Bisnis UMKM di Kota Bogor. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(1), 1-7.
- Aisyah, F. R., & Diana, N. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi E-Commerce dan Dampaknya pada Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pelaku UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang). *E-Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 11(01).
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Amrulloh, A. (2019). *Karakteristik dan Sikap Kewirausahaan*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Andika, R. (2022). *Kinerja dan Produktivitas dalam Organisasi Modern*. Jakarta: Pustaka Media.
- Arumaningtyas, N., Noviani, L., & Harini, H. (2022). Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce dan Locus of Control terhadap Kinerja Usaha Mahasiswa Pelaku Bisnis Online. . *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 101-112.
- Chow, V., & Utama, L. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM Kain Ulos. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 519-528.
- Chynthia, V., & Tawas, H. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado. Manado. . *Jurnal EMBA*, 1(3), 1214-1224.
- Dahiru, T. (2008). P-value, a true test of statistical significance? A cautionary note. . *Annals of Ibadan postgraduate medicine*, 6(1), 21-26.

- Darmawan, D., Sari, P. N., Jamil, S. A., & Mardikaningsih, R. (2023). Penerapan Manajemen Strategi: Kontribusi Orientasi Pasar Dan Orientasi Teknologi Terhadap Kinerja Bisnis UMKM. *Journal of Management and Economics Research*, 1(2), 64-70.
- Fadilah, I., Rahman, S., & Anwar, M. (2022). Analisis pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, dan Financial Technology terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Bandung. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(3), 1347-1.
- Fahmi, I. (2020). *Modern., Inovasi dalam Perspektif Bisnis*. Jakarta: Rajawali Press.
- Ferdinand, A. (2002). Kualitas Strategi Pemasaran: Sebuahstudi Pendahuluan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 1(1), 107-119.
- Ghozali, I. (2016). *Structural equation models: Concepts and applications with the AMOS 24 bayesian SEM update program (Indonesian version) (Edisi 7)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi Dengan Program Smart PLS 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2021). *Multivariate data analysis; : With Readings*. Pearson.
- Hamel, C., & Wijaya, A. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha UKM Di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(4), 863-872.
- Hanny, R., Syah, A., & Novita, D. (2020). Analisis Penggunaan E-Commerce Terhadap Peningkatanpendapatan Umkm Kuliner Kecamatan Sawangan-Depok. *Excellent*, 7(1), 56-68.
- Hasbi, H., Mulyadi, A., Mustari, M., & Ilyas, G. B. (2021). Pengaruh Kompetensi Pedagogik, Disiplin Kerja, dan Kondisi Lingkungan Sekolah terhadap Kinerja Guru SMA Negeri 1 Soppeng. . *Bata Ilyas Educational Management Review*, 1(1).

- Hendrawan, A., & Wijaya, A. (2020). Pengaruh dimensi orientasi kewirausahaan dan jaringan usaha terhadap kinerja usaha UKM di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 577-586.
- Henelya, J., & Wijaya, A. (2020). Pengaruh Entrepreneurial Orientation Terhadap Strategic Entrepreneurship Serta Dampaknya Pada Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(1), 251-260.
- Herlinawati, H., & Setiawan, A. (2020). *Pentingnya Orientasi Kewirausahaan dalam Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Herlinawati, H., & Setiawan, A. (2020). *Pentingnya Orientasi Kewirausahaan dalam Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Hindarwati, E., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2021). Orientasi Kewirausahaan dalam Kinerja UMKM di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1), 54.
- Jannah, M., Irawati, A., & Purnomo, H. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM Batik Gedog Khas Tuban. . *Eco-Entrepreneur*, 5(1), 33-48.
- Jannah, R., Kusuma, A., & Wijayanti, E. (2019). *Pengelolaan Sumber Daya dalam Kewirausahaan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Jauhari, A., Najib, M., & Aminah, M. (2022). Perilaku adopsi e-commerce usaha mikro kecil menengah (UMKM) makanan dan minuman di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 13(4), 336-350.
- Karyati. (2019, 9 13). *E-Commerce untuk UMKM Dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. Diambil kembali dari <https://bppk.kemenkeu.go.id/pusdiklatku/berita/e-commerce-untuk-umkm-dan-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-237095>
- Khoviani, F. S., & Izzaty, K. N. (2020). Penerapan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja umkm dengan total quality management sebagai variabel intervening. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 62-76.
- Kobuthi, E. N. (2018). *Corporate governance, strategy implementation, industry competition and performance of companies listed on the Nairobi securities*

- exchange*. Doctor of philosophy in business administration, School of Business, University of Nairobi.
- Kocak, N. (2021). *Strategi Kompetitif dalam Kewirausahaan*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Kocak, N. (2021). *Strategi Kompetitif dalam Kewirausahaan*. Surabaya: Bina Ilmu. .
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to performance. *Academy of Management review*, 21(1), 135-172.
- Mardiasmo. (2022). *Akuntansi Sektor Publik: Pengantar*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Mardiasmo. (2022). *Akuntansi Sektor Publik: Pengantar*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Maulida, I. S., & Rusminah, S. (2022). Adopsi E-Commerce Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Makanan dan Minuman di Kabupaten Lamongan Pasca Pandemi COVID-19. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 23(2).
- McFarthing, K. (2015). *Innovation: Creating new products and services that add value to the organization*. Diambil kembali dari <https://www.ideaconnection.com/innovation-articles/author/Kevin%2BMcFarthing/>
- Miller, D. (1983). The Correlates of Entrepreneurship in three types of firms. *Management science*, 29(7), 770-791.
- Ningtyas, P. K., & Sunarko, B. (2015). Analisis faktor yang mempengaruhi adopsi e-commerce dan pengaruhnya terhadap kinerja UMKM. *In Performance* 21(1).
- Nursolih, E. (2022). Pengaruh Market Orientation dan Networking terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada UMKM Keripik yang Terdaftar di Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Ciamis). *Jurnal Media Teknologi*, 9(1), 1-7.

- Nuvriasari, N., Susilo, D., & Pratiwi, L. (2020). *Peluang dan Tantangan dalam Kewirausahaan*. Malang: UMM Press.
- Nuvriasari, N., Susilo, D., & Pratiwi, L. (2020). *Peluang dan Tantangan dalam Kewirausahaan*. Malang: UMM Press.
- Octavia, A., Indrawijaya, S., Sriayudha, Y., Hasbullah, H., & Asrini. (2020). Impact on E-commerce adoption on entrepreneurial orientation and market orientation in business performance of SMEs. *Asian Economic and Financial Review*, 10(5), 516.
- Pangesti, S. D., & Adyaksana, R. I. (2021). Determinan adopsi e-commerce dan dampaknya pada usaha mokro kecil dan menengah (UMKM) . *Journal of Business and Information Systems*, 3(2).
- Papadopoulos, T., Baltas, K. N., & Balta, M. E. (2020). The use of digital technologies by small and medium enterprises during COVID-19: Implications for theory and practice. *International journal of information management*, 55, 102192.
- Prasetyo, A., & Wijaya, A. (2019). Pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja umkm pada bidang kuliner di pasar lama tangerang. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(3), 383-393.
- Prasetyo, E. (2019). *Strategi Inovasi Pasar Terbuka*. Yogyakarta: Andi.
- Purnama, N. I., Putri, L. P., & Bahagia, R. (2021). Analisis E-commerce Dalam Membantu Penjualan UMKM di Tengah Pandemi. *Jurnal Ekonomikawan*, 21(2), 194-200.
- Putra, H., & Sari, M. (2021). *Manajemen Kinerja dalam Konteks Organisasi*. Surabaya: Bumi Aksara.
- Putra, H., & Sari, M. (2021). *Manajemen Kinerja dalam Konteks Organisasi*. Surabaya: Bumi Aksara.
- Rahayu, R., & Day, J. (2015). Determinant factors of e-commerce adoption by SMEs in developing country: evidence from Indonesia. *Procedia-social and behavioral sciences*, 195, 142-150.
- Rizky, F. (2019). *Kreativitas dalam Inovasi Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Rizky, F. (2019). *Pengukuran Prestasi Kerja*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach 7th edition*. New Jersey: Wiley.
- Setiawati, E., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2020). Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Akuntansi Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Malang. *Jurnal Sosial UHB*, 37-46.
- Sugiarto, E. C. (2021, 6 27). *Kewirausahaan UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi*. Diambil kembali dari https://www.setneg.go.id/baca/index/kewirausahaan_umkm_dan_pertumbuhan_ekonomi
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendah, R., & Brigita, M. A. (2020). TQM, Entrepreneurial Orientation, Innovation, and Organizational Performance in Indonesian Palm-Oil Industry. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 174.
- Sumiati, S. (2018). *Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sumiati, S. (2018). *Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah*. . Jakarta: Salemba Empat.
- Taufiq, M., Prihatni, R., & Gurendrawati, E. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Penggunaan Sistem Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan dan Auditing.*, 204-220. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan dan Auditing*, 204-220.
- Utami, D. A. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan e-commerce dan pengaruhnya terhadap profitabilitas pada UMKM di Kota Malang (Studi kasus pada sektor food & beverages). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(1).